

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-24584

(P2002-24584A)

(43) 公開日 平成14年1月25日 (2002.1.25)

(51) Int.Cl.<sup>7</sup>  
G 0 6 F 17/60識別記号  
3 1 0  
Z E C  
3 3 6  
5 0 2F I  
G 0 6 F 17/60

テーマコード(参考)

3 1 0 E 5 B 0 4 9  
Z E C  
3 3 6  
5 0 2

審査請求 有 請求項の数14 O L (全 21 頁)

(21) 出願番号 特願2000-205099(P2000-205099)

(22) 出願日 平成12年7月6日(2000.7.6)

(71) 出願人 000003078

株式会社東芝

東京都港区芝浦一丁目1番1号

(71) 出願人 000221018

東芝エンジニアリング株式会社

神奈川県川崎市幸区堀川町66番2

(71) 出願人 000221100

東芝システム開発株式会社

東京都港区芝浦1丁目1番1号 東芝ビル

ディング

(74) 代理人 100058479

弁理士 鈴江 武彦 (外6名)

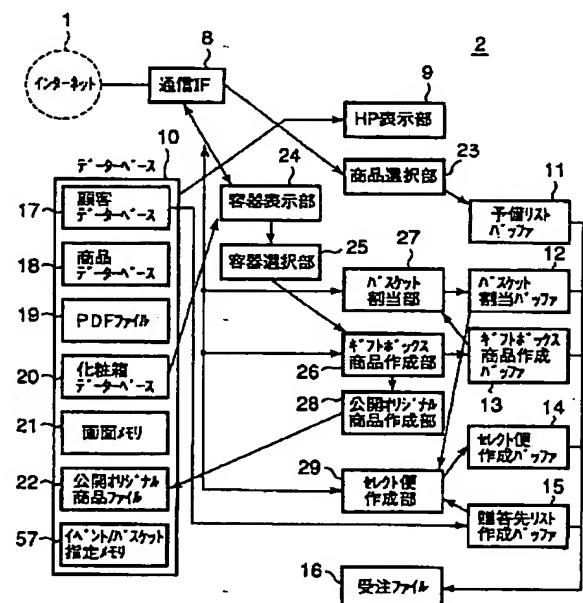
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 インターネット商品受注方法及び商品受注装置

(57) 【要約】

【課題】 インターネット上でギフトボックス商品を任意に作成する。

【解決手段】 インターネット1を介してアクセス可能な仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示して、顧客端末4からインターネット1を介した仮想画面上の商品指定に応じて該当商品を受注するインターネット商品受注方法において、仮想画面上に各商品を収納すべき単一又は複数の枠47が形成された複数種類の容器46を画像表示し、顧客端末4からインターネットを介して指定された容器の各枠に同じく顧客端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として仮想画面上で作成し、この仮想画面上で作成したギフトボックス商品を顧客端末からのオーダーとして受注する。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 インターネットを介してアクセス可能な仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示して、顧客端末から前記インターネットを介した仮想画面上の商品指定に応じて該当商品を受注するインターネット商品受注方法において、

前記仮想画面上に前記各商品を収納すべき単一又は複数の枠が形成された複数種類の容器を画像表示し、顧客端末からインターネットを介して指定された容器の各枠に同じく顧客端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として前記仮想画面上で作成し、

この仮想画面上で作成したギフトボックス商品を前記顧客端末からのオーダーとして受注することを特徴とするインターネット商品受注方法。

【請求項2】 前記作成したギフトボックス商品を公開オリジナル商品として記憶保持し、前記仮想画面上に前記各商品の1つとして表示することを特徴とする請求項1記載のインターネット商品受注方法。

【請求項3】 前記顧客端末からの指示に応じて、作成された公開オリジナル商品に対するメッセージを、該当公開オリジナル商品とともに記憶保持し、前記仮想画面上に該当公開オリジナル商品とともに表示することを特徴とする請求項2記載のインターネット商品受注方法。

【請求項4】 前記各公開オリジナル商品毎に、該当公開オリジナル商品が各顧客端末から指定された回数を計数して記憶保持することを特徴とする請求項2又は3記載のインターネット商品受注方法。

【請求項5】 前記作成したギフトボックス商品を非公開オリジナル商品として記憶保持し、同一の顧客端末からの前記仮想画面へのアクセスに応じて、この仮想画面に前記記憶保持した非公開オリジナル商品を前記各商品の1つとして表示することを特徴とする請求項1から4のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項6】 前記顧客端末からの指示に応じて、複数の商品を任意にバスケットに割当て、この複数の商品が割当てられたバスケットに前記顧客端末から指示された贈答先を付して前記顧客端末からのオーダーとして受注することを特徴とする請求項2から5のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項7】 前記顧客端末からの指示に応じて、単品商品、ギフトボックス商品、オリジナル商品を含む各商品を任意に組合わせて、前記バスケットに割当てることを特徴とする請求項6記載のインターネット商品受注方法。

【請求項8】 前記顧客端末からの指示に応じて複数の商品を予備リストとして選択し、顧客毎に複数の贈答先を記憶保持し、前記顧客端末からの指示に応じて、各顧客の贈答先を前記仮想画面上に読出し、

この読出された各贈答先毎に前記予備リストから選択された商品を付して前記顧客端末からのオーダーとして受注することを特徴とする請求項1から7のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項9】 前記顧客端末からの指示に応じて、複数のギフト候補商品からなるセレクト便商品を選択し、前記顧客端末からの指示に応じて贈答先を指定し、前記顧客端末からの指示に応じて、前記セレクト便商品を構成する各ギフト候補商品に対する選択要請情報を前記贈答先へ送信し、

前記贈答先からのギフト候補商品の選択指示に応じて、この贈答先を付して前記選択されたギフト候補商品を前記顧客端末からのオーダーとして受注することを特徴とする請求項1から8のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項10】 前記仮想画面上に表示された各商品を含むページ情報を、前記顧客端末からの指示に応じてスク립ト埋込み可能なカラー文書で表示し、前記スク립トの指定にて該当商品が指定されたとすることを特徴とする請求項1から9のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項11】 前記仮想画面上に、前記顧客端末が実行済みの指示操作と前記顧客端末が次に実行すべき指示操作とを含む操作ガイドを表示することを特徴とする請求項1から10のいずれか1項記載のインターネット商品受注方法。

【請求項12】 インターネットを介してアクセス可能な仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示して、顧客端末から前記インターネットを介した仮想画面上の商品指定に応じて該当商品を受注するインターネット商品受注装置において、

前記仮想画面上に前記各商品を収納すべき単一又は複数の枠が形成された複数種類の容器を画像表示する容器表示手段と、

顧客端末からインターネットを介して指定された容器の各枠に同じく顧客端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として前記仮想画面上で作成するギフトボックス商品作成手段と、

この仮想画面上で作成したギフトボックス商品を前記顧客端末からのオーダーとして受注する商品受注手段とを備えたインターネット商品受注装置。

【請求項13】 少なくとも電話機で聴いた顧客の指示を操作入力するための操作端末と、

この操作端末を介して指定された容器の各枠に同じく操作端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として前記操作端末の表示画面上で作成し、この表示画面上で作成したギフトボックス商品を前記顧客からのオーダーとして受注する受注処理装置とを備えた請求項12記載のインターネット商品受注装置。

【請求項14】 前記受注処理装置は、前記操作端末か

らの指示に応じて、複数のギフト候補商品からなるセレクト便商品を選択し、前記操作端末からの指示に応じて、前記セレクト便商品を構成する各ギフト候補商品に対する選択要請情報を前記操作端末から指定された贈答先へ送付する指示を出力し、前記操作端末から操作入力された前記贈答先からのギフト候補商品の選択指示に応じて、この贈答先を付して前記選択されたギフト候補商品を前記顧客からのオーダーとして受注することを特徴とする請求項13記載のインターネット商品受注装置。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、インターネットを介して顧客から各種商品に対するオーダーを受注するインターネット商品受注方法、及びインターネット商品受注装置に関する。

【0002】

【従来の技術】近年、百貨店やスーパーマーケット等の商品販売業者においては、来店する客に対して各種の商品を販売するとともに、インターネットを介して顧客に各種の商品を販売する、いわゆるインターネット販売を実施している。

【0003】このインターネット商品販売システムにおいては、百貨店やスーパーマーケット等の商品販売業者が、インターネット上にホームページを開設し、このホームページにおける仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示し、顧客は自己の端末（顧客端末）からインターネットを介してこの商品販売業者のホームページをアクセスして、仮想画面上に表示された各商品のうち、自己が購入したい商品を選択する。商品販売業者は仮想画面上で指定された商品を該当顧客のオーダーとして受注し、クレジットカードや銀行振込等の決済方法で代金の決済を行い、その後、指定された商品を顧客に発送する。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、このようなインターネット商品販売システムにおいてもまだ解消すべき次のような課題があった。

【0005】すなわち、顧客は、当然、商品販売業者が準備した商品のなかから自己の好みの商品を選択する。中元や歳暮においては、単品の商品だけではなくて、調味料と食料油との組み合わせや、各種缶詰の組み合わせや、ビールとウイスキーとの組み合わせ等のギフトセット商品も顧客が仮想画面上で任意に選択することも可能である。

【0006】しかし、これらのギフトセット商品は、全て商品販売業者が予め準備したものであり、どのような商品を組み合わせるかは、各商品単独やギフトセット商品の販売統計実績等を参考にして決定していた。商品の組み合わせに対する顧客の要望は様々であるので、全ての顧客を満足させることができなかった。

【0007】また、顧客にとって、購入したギフトセット商品を何の目的で贈答先に届けるのかによって、また贈答先によって、ギフトセット商品の包装紙や化粧箱の種類を変更したい場合がある。しかし、従来のインターネット商品販売システムにおいては、このような顧客の要望を全て満足させることはできなかった。

【0008】この理由は、全ての顧客の要求を満たすためには、ホームページにおける仮想画面上に表示すべき商品の種類数が膨大になり、必要な仮想画面の記憶容量が膨大になるのみならず、顧客にとっても、目的とする包装紙や化粧箱に収納された目的とする商品組合せのギフトセット商品を検索するのに多大の時間を必要とし、かつ非常に煩雑である。

【0009】本発明はこのような事情に鑑みてなされたものであり、顧客にとって、簡単な操作で、自己の好みの容器にかつ自己の好みの商品を組合わせたギフトボックス商品をインターネットを介して商品販売業者のホームページの仮想画面上でオーダーでき、商品販売業者にとっても、簡単な構成で顧客に対するサービスを大幅に向上できると共に、顧客を商品企画に参加させることによって売上げ増加が期待できるインターネット商品受注方法及びインターネット商品受注装置を提供することを目的とする。

【0010】さらに、各顧客が仮想画面上で作成したギフトボックス商品を他の顧客にも仮想画面上で公開することによって、顧客にとって、より使いやすいインターネット商品受注方法を提供することを目的とする。

【0011】

【課題を解決するための手段】本発明は、インターネットを介してアクセス可能な仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示して、顧客端末からインターネットを介した仮想画面上の商品指定に応じて該当商品を受注するインターネット商品受注方法に適用される。

【0012】そして、上記課題を解消するために、本発明のインターネット商品受注方法においては、仮想画面上に各商品を収納すべき単一又は複数の枠が形成された複数種類の容器を画像表示し、顧客端末からインターネットを介して指定された容器の各枠に同じく顧客端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として仮想画面上で作成し、この仮想画面上で作成したギフトボックス商品を顧客端末からのオーダーとして受注するようにしている。

【0013】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客は自己の顧客端末を操作して、インターネット上に開設された商品販売業者のホームページの仮想画面上で自己の好みの容器にかつ自己の好みの商品を組合わせたギフトボックス商品を簡単にオーダーできる。

【0014】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、さらに、作成したギフト

トボックス商品を公開オリジナル商品として記憶保持し、仮想画面上に各商品の1つとして表示するようにしている。

【0015】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、各顧客が仮想画面上で作成したギフトボックス商品は公開オリジナル商品としてこの仮想画面商で他の顧客にも公開されるので、顧客にとっては自己がオーダーする商品の選択範囲が広がる。

【0016】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、顧客端末からの指示に応じて、作成された公開オリジナル商品に対するメッセージを、該当公開オリジナル商品とともに記憶保持し、仮想画面上に該当公開オリジナル商品とともに表示するようにしている。

【0017】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、仮想画面上に公開された公開オリジナル商品には、この公開オリジナル商品を作成した顧客の意図やこの公開オリジナル商品の特徴が付されているので、他の顧客は、このメッセージを参照して公開オリジナル商品を選択することができる。

【0018】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、各公開オリジナル商品毎に、該当公開オリジナル商品が各顧客端末から指定された回数を計数して記憶保持するようにしている。

【0019】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、各公開オリジナル商品の採用（指定）回数が把握できるので、商品販売業者は、人気のある公開オリジナル商品を作成した顧客に対して、商品の割引や、懸賞等のインセンティブを付与することができる。

【0020】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、作成したギフトボックス商品を非公開オリジナル商品として記憶保持し、同一の顧客端末からの仮想画面へのアクセスに応じて、この仮想画面に記憶保持した非公開オリジナル商品を各商品の1つとして表示するようにしている。

【0021】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客は、自己が作成したギフトボックス商品を自己専用の非公開オリジナル商品として指定し、次のオーダー時に、自己が前回作成した該当非公開オリジナル商品を選択することが可能である。

【0022】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、顧客端末からの指示に応じて、複数の商品を任意にバスケットに割当て、この複数の商品が割当てられたバスケットに顧客端末から指示された贈答先を付して顧客端末からのオーダーとして受注するようにしている。

【0023】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客は複数の商品をバスケットに割当て、すなわち、顧客は複数の商品を1つのバスケッ

トに収納した状態で、贈答先を指定してオーダーすることが可能である。

【0024】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、顧客端末からの指示に応じて、単品商品、ギフトボックス商品、オリジナル商品、セレクト便商品などを含む各商品を任意に組合わせて、バスケットに割当るようにしている。

【0025】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客は、ホームページの仮想画面上で、単品商品、ギフトボックス商品、オリジナル商品、セレクト便商品などを含む各商品を任意に組合わせて、1つのバスケットに割当てた上で贈答先を付して顧客端末からのオーダーとして受注可能であり、顧客における商品の選択が便利になる。

【0026】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、顧客端末からの指示に応じて複数の商品を予備リストとして選択し、顧客毎に複数の贈答先を記憶保持し、顧客端末からの指示に応じて、各顧客の贈答先を仮想画面上に読出し、この読出された各贈答先毎に予備リストから選択された商品を付して顧客端末からのオーダーとして受注するようにしている。

【0027】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客毎に複数の贈答先を記憶保持されているので、顧客は、各贈答先に贈答すべき商品を予備リストから選択して仮想画面上で指定するのみである。したがって、顧客は贈答先を操作入力する必要がないので、中元や歳暮等の毎年定まって来るイベント時における顧客の操作負担を大幅に軽減できる。

【0028】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、顧客端末からの指示に応じて贈答先を指定し、顧客端末からの指示に応じて、セレクト便商品を構成する各ギフト候補商品に対する選択要請情報を前記贈答先へ送信し、贈答先からのギフト候補商品の選択指示に応じて、この贈答先を付して選択されたギフト候補商品を顧客端末からのオーダーとして受注するようにしている。

【0029】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、顧客は、複数のギフト候補商品からなるセレクト便商品を贈答先に示し、贈答先に希望するギフト候補商品を選択させるので、贈答先にとっても、自己の好みの商品を手入でき、顧客及び贈答先の両方にとって、非常に喜ばれるインターネット商品受注方法とすることができる。

【0030】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、仮想画面上に表示された各商品を含むページ情報を、顧客端末からの指示に応じてスクリプト埋込み可能なカラー文書で表示し、スクリプトの指定にて該当商品が指定されたとしている。

【0031】このように構成されたインターネット商品

受注方法においては、販売される商品は、仮想画面上で通常のカタログと同様に比較的自由的レイアウトと表現力で表示され、かつ各商品はスクリプト埋込み状態で表示されるので、顧客はこのカラー表示された商品を例えばマウスでクリックするのみで、該当商品を指定可能である。したがって、顧客は各商品の実体をより確実に把握できると共に操作性を向上できる。

【0032】また、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注方法において、仮想画面上に、顧客端末が実行済みの指示操作と顧客端末が次に実行すべき指示操作とを含む操作ガイドを表示するようにしている。

【0033】このように構成されたインターネット商品受注方法においては、たとえ、このインターネットを用いた商品のオーダに不慣れな顧客であったとしても、簡単に、オーダを実施できる。

【0034】さらに、別の発明は、インターネットを介してアクセス可能な仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示して、顧客端末からインターネットを介した仮想画面上の商品指定に応じて該当商品を受注するインターネット商品受注装置に係わる。

【0035】そして、仮想画面上に各商品を収納すべき単一又は複数の枠が形成された複数種類の容器を画像表示する容器表示手段と、顧客端末からインターネットを介して指定された容器の各枠に同じく顧客端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として仮想画面上で作成するギフトボックス商品作成手段と、この仮想画面上で作成したギフトボックス商品を顧客端末からのオーダとして受注する商品受注手段とを備えている。

【0036】このように構成されたインターネット商品受注装置においては、上述した発明のインターネット商品受注方法とほぼ同様の作用効果を奏することが可能である。

【0037】さらに、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注装置に対して、さらに、少なくとも電話機で聴いた顧客の指示を操作入力するための操作端末と、この操作端末を介して指定された容器の各枠に同じく操作端末にて指定された商品を詰込んだ状態をギフトボックス商品として操作端末の表示画面上で作成し、この表示画面上で作成したギフトボックス商品を顧客からのオーダとして受注する受注処理装置とを付加している。

【0038】このように構成されたインターネット商品受注装置においては、上述したインターネットの仮想画面上で顧客端末から指示されたギフトボックス商品を作成するとともに、例えば、通常の電話を用いた通信販売のように、顧客からの電話機を介した指示を係員（オペレータ）が操作入力するための操作端末と、この操作端末で操作される受注処理装置が設けられている。

【0039】そして、この操作端末と受注処理装置と

で、前述したインターネットと同様に、ギフトボックス商品の作成とギフトボックス商品の受注が可能である。

【0040】さらに、別の発明は、上述した発明のインターネット商品受注装置における受注処理装置に対して、操作端末からの指示に応じて、複数のギフト候補商品からなるセレクト便商品を選択し、操作端末からの指示に応じて、セレクト便商品を構成する各ギフト候補商品に対する選択要請情報を操作端末から指定された贈答先へ送付する指示を出力し、操作端末から操作入力された贈答先からのギフト候補商品の選択指示に応じて、この贈答先を付して選択されたギフト候補商品を前記顧客からのオーダとして受注する機能を付加している。

【0041】このように構成されたインターネット商品受注装置においては、操作端末を操作する係員は、顧客からの指示に基づいて、セレクト便商品及び該当セレクト便商品の各ギフト候補商品の選択要求を例えば郵送等で指定された贈答先へ送付する。そして、贈答先から電話又ははがきで、ギフト候補商品の選択指示が連絡されると、このギフト候補商品の選択指示を操作端末を用いて操作入力する。

【0042】

【発明の実施の形態】以下、本発明の各実施形態を図面を用いて説明する。

（第1実施形態）図2は本発明の第1実施形態に係るインターネット商品受注方法が適用されるインターネット商品受注システムの概略構成を示す模式図である。

【0043】インターネット1に対して、本発明のインターネット商品受注装置としての受注サーバ2と、それぞれ顧客3が操作する複数の顧客端末4と、商品の贈答先5が操作する複数の贈答先端末6と、運送会社端末7等が接続されている。

【0044】例えば、商品販売業者の事務所に設置された受注サーバ2は、インターネット1を介してアクセス可能なホームページの仮想画面上に販売すべき複数種類の商品を表示し、各顧客端末4からインターネット1を介した商品指定に応じて、この指定された商品を該当顧客3のオーダとして受注する。

【0045】顧客端末4及び贈答先端末6は、インターネット1のホームページを閲覧できるブラウザが組込まれた例えば市販のパーソナルコンピュータで構成されており、それぞれ自己の電子メールアドレスを有する。また、運送会社端末7は、商品販売業者からインターネット1を介して、指定商品を直接顧客3宅又は顧客3が指定する贈答先5宅へ配送する指示を受信する。

【0046】例えばコンピュータで構成された受注サーバ2は図1に示すように構成されている。この受注サーバ2内には、ブラウザが組込まれインターネット1を介して顧客端末4、贈答先端末6、運送会社端末7との間で各種情報の授受を行う通信IF8、各種情報を記憶するデータベース10、予備リストバッファ11、バスケ

ット割当バッファ12、ギフトボックス商品作成バッファ13、セレクト便作成バッファ14、贈答先リスト作成バッファ15、受注ファイル16が設けられている。

【0047】データベース10内には、顧客データベース17、商品データベース18、PDFファイル19、化粧箱データベース20、画面メモリ21、公開オリジナル商品ファイル22、イベント／バスケット指定メモリ57等が形成されている。

【0048】顧客データベース17内には、図3に示すように、各顧客3毎に、顧客コード、氏名、住所、電話番号、FAX番号、パスワード、電子メールアドレス、性別、家族構成等の個人情報の他に、該当顧客3が作成した非公開オリジナル商品30、贈答先リスト31が記憶されている。

【0049】なお、非公開オリジナル商品30とは、該当顧客3がインターネット1のホームページの仮想画面上で作成した複数の商品の組合せからなるギフトボックス商品を自己のみが指定できる商品である。また、顧客先リスト31は、中元や歳暮等の毎年決まったイベントで該当顧客3がオーダーした商品を届ける贈答先の氏名、住所、電話番号、FAX番号、電子メールアドレス等である。

【0050】PDFファイル19内には、販売する各商品を含むページ情報がスクリプト埋込み可能なカラー文書がPDF (portable document format 米国 Adobe Systems 社製) ファイル形式で記憶されている。このPDFファイル形式で記憶された各商品を含むページ情報のカラー文書は、通常の紙のカタログのように、文章や表にカラーの画像イメージを自由にレイアウトできる機能を有している。さらに、カラー表示された各商品にはスクリプトが埋込まれているので、この表示された商品を例えばマウスでクリックすることにより、該当商品を指定できる。

【0051】商品データベース18内には、図4に示すように、販売する各商品毎に、該当商品の商品コード、商品名、価格(単価)、種別(所属商品群)、重量／寸法、画像ファイルNO等が記憶されている。画像ファイルNOとは、上述したPDFファイル19内における自己商品のスクリプト埋込み可能なカラー画像の格納位置である。なお、この商品データベース18内には、上述した単品商品以外に、予め商品販売業者側が指定した複数のギフト候補商品からなる複数のセレクト便商品が記憶されている。

【0052】化粧箱データベース20内には、図5に示すように、例えば、図20に示すような顧客3がオーダーした各商品を収納する容器としての格化粧箱46毎に、該当化粧箱46の化粧箱コード、外形寸法、各枠47の枠寸法、平面図形、斜視図形等が記憶されている。

【0053】公開オリジナル商品ファイル22内には、複数の公開オリジナル商品の情報が記憶されている。公

開オリジナル商品とは、各顧客3がインターネット1のホームページの仮想画面上で作成した複数の商品の組合せからなるギフトボックス商品を自己以外の他の顧客3も仮想画面上で任意に指定できる商品である。

【0054】すなわち、図6に示すように、公開オリジナル商品ファイル22内には、各公開オリジナル商品毎に、この公開オリジナル商品を作成した顧客3が付した商品名、この公開オリジナル商品の全体価格、化粧箱コード、この公開オリジナル商品を構成する各商品の商品名及び価格、公開オリジナル商品の特徴付けるキャッチコピー、商品説明、説明用の音声を記憶した音声メモリ、カラー画像を記憶した画像メモリ、この公開オリジナル商品が顧客3のオーダーに採用された採用回数、及びこの公開オリジナル商品を作成した顧客3を特定する顧客IDが記憶されている。

【0055】画面メモリ21内には、図7に示すように、自己がホームページの各仮想画面に表示する複数の選択画面のフォーマットが記憶されている。具体的には、図9に示す自己のホームページ受付(ログイン)画面32、図10に示すメイン画面33、図11に示す商品選択方式画面34、図12及び図13に示すPDF画面35、図15に示す商品選択画面37、図16及び図17に示す贈答先入力画面38、図20に示すギフトボックス商品化粧箱選択画面39、図21に示す化粧箱枠選択画面40、図22～図24に示す商品選択画面41、図27に示すオリジナル商品作成画面42、図28に示すオリジナル商品登録画面43、図30に示すセレクト便商品入力画面44、図31に示す贈答先入力画面45等が記憶されている。

【0056】前記商品選択方式画面34内には、顧客3が購入商品を選択する場合の複数の選択方式が記憶されている。具体的には、顧客3は、のり／こんぶ、かに、干物、加工品、さけ等の各商品群、ギフトボックス商品、オリジナル商品(作成)、公開オリジナル商品、あなたの(非公開)オリジナル商品等のなかから1つ又は複数の方式を選択する。

【0057】図1のデータベース10内のイベント／バスケット指定メモリ57内には、図10に示したメイン画面33に表示された「通常のお買い物」、「クリスマスギフト」、「お歳暮」の各メニュー毎に、イベント型で受注するか、バスケット型で受注するかの情報が記憶されている。

【0058】なお、このイベント／バスケット指定メモリ57内の各メニューをいずれの型に設定するかは、受注サーバ2の管理者が任意に設定可能である。なお、この実施形態においては、「通常のお買い物」がバスケット型に設定され、「クリスマスギフト」及び「お歳暮」がイベント型に設定されている。

【0059】図1の受注サーバ2において、ホームページ(HP)表示部9は、図9に示すホームページ受付画



面32を仮想画面上に表示出力する。商品選択部23は、仮想場面上に表示された各商品を顧客3の指示に従って選択し、予備リストバッファ11へ書込む。容器表示部24は、化粧箱データベース20から読出した化粧箱46を仮想画面上に表示出力する。容器選択部25は表示された化粧箱46から顧客3が指定する化粧箱46を選択する。ギフトボックス商品作成部26は、選択された化粧箱46の各枠47内に、同じく顧客3が選択した各商品を収納してギフトボックス商品を作成してギフトボックス商品作成バッファ13へ書込む。

【0060】バスケット割当部27は、顧客3が選択した単品商品、単品商品とギフトボックス商品、各オリジナル商品のうちの複数の商品をバスケット（バスケットに複数の商品を収納する意味）に割当てて、バスケット割当バッファ12へ書込む。公開オリジナル商品作成部28は、ギフトボックス商品作成部26で作成されたギフトボックス商品を、顧客3の指示に基づいて、公開オリジナル商品として、データベース10の公開オリジナル商品ファイル22に書込む。

【0061】セレクト便作成部29は、顧客3が選択したセレクト便商品と、贈答先リスト作成バッファ15に書込まれた該当顧客3の贈答先リスト又は贈答先を指定されバスケット割当バッファ12の情報とをセレクト便作成バッファ14へ書込む。

【0062】このような構成の受注サーバ2は、図8に示す流れ図に従って、顧客3からの指示に基づいて商品に対する受注処理を実施する。

【0063】電源が投入されると、図9に示すホームページ受付画面32をインターネットの仮想画面上に表示出する（S1）。顧客端末4からインターネットを介してアクセスがあると（S2）、該当顧客の氏名を顧客データベース17から読出して、図12に示すメイン画面33を表示する（S3）。

【0064】このメイン画面33には、「メニュー選択」、「商品群選択」、「候補商品選択」、「お届け先指定」の各操作ガイド48が表示される。この各操作ガイドは現在の処理状況を表示するものであり、上記4つの操作ガイド48のうち、現在処理状況に対応する操作ガイド48が異なる色で強調表示される。さらに、この時点で顧客3が行う次の操作案内48aが表示される。この状態においては、「お勧めメニューを選択して下さい」の操作案内48aが表示される。

【0065】さらに、このメイン画面33には、前述した顧客の氏名49と、「通常のお買い物」、「クリスマスギフト」、「お歳暮」の3つのお勧めメニューと、PDFボタン50が配設されている。

【0066】そして、PDFボタン50が押されると（S4）、PDFマガジン処理を実施する（S5）。すなわち、例えば、お歳暮のメニューのPDFボタン50が押されると、図12のPDF画面35に示すように、

予め準備され各商品のスクリプト埋込み可能なカラー文書51をPDFファイル19から読出して表示する。このスクリプト埋込み可能なカラー文書51においては、前述したように、スクリプトが埋込まれたカラー表示された商品をマウスでクリックすることによって、該当商品を指定することが可能である。また、図13のPDF画面35に示すように、各商品のカラー文書51に対して、通常の紙のカタログのような表現力がある画面表示とすることが可能である。

【0067】さらに、メイン画面33でメニューが選択されると（S6）、図11に示す商品選択方式画面34を表示する（S7）。なお、各商品選択方式はスクロール方式で選択可能である。図11の状態は「かに」の商品群を選択した状態を示す。この商品選択方式画面34で顧客3が商品選択操作を実施すると（S8）、イベント型又はバスケット型の受注処理を実施し（S9）、顧客3がギフトボックス商品を指定すると（S10）、ギフトボックス商品作成処理を実施する（S11）。さらに、顧客3がオリジナル商品を指定すると（S12）、オリジナル商品作成処理を実施する（S13）。また、顧客3がセレクト便商品を指定すると（S14）、セレクト便作成処理を実施する（S15）。

【0068】そして、顧客3が商品オーダーに関する終了操作を実施しないと、S8への戻り、顧客3が終了操作を実施知すると（S16）、該当顧客3に対する一連の受注処理を終了する。

【0069】次に各処理の具体的動作を流れ図及び画面表示を用いて説明する。図14は、イベント型又はバスケット型の受注処理を示す流れ図である。顧客3が図10のメイン画面33で「通常のお買い物」、「クリスマスギフト」、「お歳暮」のいずれかのメニューを選択すると、データベース10のイベント/バスケット指定メモリ57から、該当メニューの型を判定する（Q1）。

【0070】イベント型の場合、図11に示す商品選択方式画面34で商品群又はオリジナル商品を選択すると（Q2）、指定された商品群又はオリジナル商品の詳細画面を表示する（Q3）。図15は、詳細画面の一部である「かに」の商品群を選択した状態を示す商品選択画面37である。この商品選択画面37においては、「かに」の商品群の各単品商品がスクロール方式で表示される。

【0071】そして、顧客3が商品を選択すると（Q4）、選択した商品を商品選択画面37の選択済み欄に書込むとともに、予備リストバッファ11へ書込む（Q5）。顧客3が追加の商品を指定すると（Q6）、Q2へ戻る。なお、図15は、「東芝太郎さんのギフトA」が選択されて、商品選択画面37の選択済み欄に書込まれた状態を示す。

【0072】商品の選択操作が終了すると（Q6）、予備リストバッファ11へ書込まれた各商品は各贈答先5

へ届けるための予備リストの各商品である。そして、図16に示す贈答先入力画面38を表示し、この贈答先入力画面38に顧客データベース17から読出した該当顧客3の贈答先リスト31を表示する。同時に贈答先リスト31を贈答先リスト作成バッファ15へ書込む(Q7)。そして、贈答先リスト31の追加、変更、削除が実施されると(Q8)、この贈答先リスト31の表示内容を変更する(Q9)。

【0073】そして、予備リストバッファ11に記憶された予備リストの各商品を贈答先リスト作成バッファ15に記憶された各贈答先に割付けて、各贈答先5毎に割付けた商品を付して受注ファイル16へ書込む(Q10)。以上で、選択したメニューがイベント型である場合の受注処理を終了する。

【0074】また、Q1にて、先に選択したメニューがバスケット型であれば、商品群又はオリジナル商品を選択すると(Q11)、指定された商品群又はオリジナル商品の詳細画面を表示する(Q12)。図17は、選択された各商品が割当てられたバスケットの内容と贈答先を入力するための贈答先入力画面38を示す図である。

【0075】そして、顧客3が商品を選択すると(Q13)、選択した商品を贈答先入力画面38のバスケット内に書込むとともに、バスケット割当バッファ12へ書込む(Q14)。顧客3が追加の商品を指定すると(Q15)、Q11へ戻る。

【0076】商品の選択操作が終了すると(Q15)、この贈答先入力画面38を用いて複数の商品が割当てられたバスケットを届ける1個又は複数の贈答先5が顧客3によって入力されると(Q16)、この各商品が割当てられたバスケットを各1個又は複数の贈答先5を付して受注ファイル16へ書込む(Q17)。以上で、選択したメニューがバスケット型である場合の受注処理を終了する。

【0077】このように、メイン画面33で選択した「通常のお買い物」、「クリスマスギフト」、「お歳暮」のメニューに、対応したイベント型又はバスケット型に対応した手法で受注処理が実施されるので、例えばイベント型の「クリスマスギフト」、「お歳暮」等のメニューを選択すると、その都度、贈答先を入力する必要がないので非常に便利である。

【0078】また、予備リストに含まれる各商品は、単品商品はもちろんのこと、ギフトボックス商品、公開オリジナル商品、又は非公開オリジナル商品であってもよい。さらに、バスケットに含まれる各商品は、複数の単品商品はもちろんのこと、単品商品、ギフトボックス商品、公開オリジナル商品、又は非公開オリジナル商品における任意の組合せであってもよい。

【0079】図18は、ギフトボックス商品作成処理を示す流れ図である。図11に示す商品選択方式画面34で、顧客3がギフトボックス商品を指定すると、図19

に示すギフトボックス商品の作成/確認画面を表示し、顧客3が作成ボタンを指定すると、図20に示すギフトボックス商品化粧箱選択画面39を表示する(R1)。このギフトボックス商品化粧箱選択画面39には、化粧箱データベース20から読出した各化粧箱46の平面図と斜視図と各枠47と各寸法とが表示されている。さらに、操作ガイド48には、「ギフトボックス商品」、「化粧箱選択」、「枠選択」、「商品選択」、及びその時点における操作案内48aが表示される。

【0080】この状態で、顧客3が1つの化粧箱46を選択すると(R2)、図21に示すように、選択された化粧箱46の枠47を選択するための化粧箱枠選択画面40を表示する(R3)。顧客3が1つの枠47を指定すると、図22に示す商品選択画面41を表示する。この商品選択画面41に、先に指定された枠47に収納可能な各商品単体の商品リスト52を表示する(R5)。具体的には、枠47の寸法に収まる寸法の商品を商品リスト52に加える。

【0081】顧客3が商品リスト52から1つの商品を選択すると(R6)、図23に示すように、選択された商品のカラー画像51を表示する。そして、「枠へ割当てる」ボタンをクリックすることによって、この選択された商品をギフトボックス商品作成バッファ14へ書込む(R7)。さらに、図24に示すように、選択された商品のカラー画像51を化粧箱46の指定された枠47内に表示する(R8)。

【0082】化粧箱56の全ての枠47に対する各商品の選択操作が終了すると(R9)、図25に示すギフトボックス商品登録画面を表示する(R19)。このギフトボックス商品登録画面上で自己が作成したギフトボックス商品の商品名53を入力すると(R11)、この作成されたギフトボックス商品を取りあえず顧客データベース17の該当顧客3の非公開オリジナル商品30として該当領域に書込む(R12)。

【0083】このように、顧客3はインターネットの仮想画面上で、自己の好みにあったギフトボックス商品を作成することが可能である。

【0084】図26はオリジナル商品作成処理を示す流れ図である。図11の商品選択方式画面34において、オリジナル商品が指定されると、該当顧客3が先に作成したギフトボックス商品を読出す(T1)。そして、図27に示すオリジナル商品作成画面42を表示し(T2)、顧客3が付けた該当ギフトボックス商品の商品名53を商品名欄に表示する。

【0085】次に、顧客3が、キャッチコピーを入力し(T3)、説明文を入力し(T4)、登録ボタンを押す(クリック)と(T5)、このギフトボックス商品をデータベース10の公開オリジナル商品ファイル22へ新規の公開オリジナル商品として登録する(T6)。その後、公開オリジナル商品ファイル22に登録されてい



る該当顧客3の登録リストを、図28に示すオリジナル登録画面43へ表示出力する(T7)。

【0086】また、図11の商品選択方式画面34において、該当顧客の顧客データベース17に記憶されている非公開オリジナル商品30を読出して、その商品名65をスクロール方式で表示する。そして、顧客3が1つの非公開オリジナル商品30の商品名65を指定して、キャッチコピーや説明文を入力し、決定ボタン65aをクリックすると、該当非公開オリジナル商品30が公開オリジナル商品として登録される。同時に、顧客データベース17の該当顧客3の公開オリジナル商品に変更した非公開オリジナル商品30がクリアされる。

【0087】このように、各顧客3は自己が作成したギフトボックス商品を、非公開オリジナル商品30としてそのまま顧客データベース17の自己の領域へ記憶保持するか、又は公開オリジナル商品として、公開オリジナル商品ファイル22へ登録することが可能である。さらに、自己が過去に作成した非公開オリジナル商品30を公開オリジナル商品に変更することも可能である。

【0088】図29はセレクト便作成処理を示す流れ図である。図11の商品選択方式画面34において、セレクト便商品が指定されると、図30に示すセレクト便商品入力画面44を表示する(U1)。そして、このセレクト便商品入力画面44上で複数のギフト候補商品からなるセレクト便商品54を指定すると(U2)、この指定されたセレクト便商品54をセレクト便作成バッファ14へ書込む(U3)。なお、複数の複数のセレクト便商品を選択することも可能である(U4)。

【0089】セレクト便商品54の選択が終了すると、贈答先指定を行う(U5)。すなわち、選択されたメニューがイベント型の場合、図31に示すように、顧客データベース17の該当顧客3の贈答先リスト31を贈答先入力画面45上に表示出力する。さらにこの贈答先入力画面45にセレクト便作成バッファ14に書込んだ複数のギフト候補商品54aからなるセレクト便商品54を表示する。そして、この贈答先入力画面45上で、贈答先リスト31の各贈答先5にそれぞれ複数のギフト候補商品54aからなる1個のセレクト便商品54を割り当てる。

【0090】また、選択されたメニューがバスケット型の場合、顧客3は贈答先入力画面38上で贈答先情報を操作入力する。

【0091】贈答先リスト31内及び贈答先入力画面38内の指定された贈答先5が電子メールアドレスを有することを確認すると(U6)、この電子メールアドレスを用いて、該当贈答先5の贈答先端末6へネットワーク1を介して、図32に示すメッセージ55を送信する(U7)。このメッセージ55内には、「あなたには、依頼主からお客様が選択できるセレクト便が贈呈されるので、下記URLへアクセスして下さい」が記載されて

いる。

【0092】そして、該当贈答先5の贈答先端末6から、自己の受注サーバ2のホームページへアクセス(応答)があると(U8)、図33示す商品選択画面56を該当贈答先端末6へ送信する(U9)。この商品選択画面56には、図33に示すように、選択された1個のセレクト便商品を構成する複数のギフト候補商品54aの画像と商品情報とが表示される。そして、該当贈答先5が1つのギフト候補商品54aを選択すると(U10)、この選択された1つのギフト候補商品54aを依頼主である顧客3及び贈答先5を付して、受注ファイル16へ書込む(U11)。

【0093】なお、U6にて、該当贈答先5が電子メールアドレスを有しない場合は、メッセージ、及びカタログの郵送指示を出力する(U12)。この場合、該当贈答先5から、はがき又は電話で選択された1つのギフト候補商品54aが連絡されると、受注サーバ2の管理者(操作者)はマニュアル操作で選択されたギフト候補商品54aをキー入力する。

【0094】このように、顧客3は、ホームページのセレクト便商品入力画面44で複数のギフト候補商品54aからなるセレクト便54を指定して、この複数のギフト候補商品54aを贈答先5に示し、この贈答先5に希望する商品54aを選択させている。したがって、依頼主である顧客3と贈答先5と両方に喜ばれる。

【0095】(第2実施形態)図34は本発明の第2実施形態に係るインターネット商品受注方法が適用されるインターネット商品受注システムの概略構成を示す模式図である。図2に示す第1実施形態のインターネット商品受注システムと同一部分には同一符号を付して、重複する部分の詳細説明を省略する。

【0096】この第2実施形態のインターネット商品受注システムにおいては、図2に示した第1実施形態のインターネット商品受注システムに対して、受注処理装置58と操作端末59とを付加している。受注サーバ2は、顧客端末4からインターネット1上に開設されたホームページの仮想画面を介して各商品を受注する。これに対して、受注処理装置58はインターネット1以外のリアルな電話回線やはがきでもって、各顧客から各商品を受注する。具体的には、電話回線やはがきで受注した各顧客の受注情報を係員が操作端末39を用いて操作入力する。

【0097】受注処理装置58は、係員が操作端末39を用いて操作入力した情報に基づいて、該当顧客が指定する各商品に対する受注処理を実施する。さらに、この受注処理装置58は、電話やはがきで指示された顧客のギフトボックス商品の作成処理や、セレクト便の作成処理を実施する。

【0098】図35は、操作端末59のCRT等の表示器に表示される注文入力画面60を示す図である。係員

は、電話やはがきで指示された顧客の商品に対する各種の注文情報をキー入力する。

【0099】具体的には、依頼主情報、届け先（贈答先）情報、請求先情報、受注商品のカタログコード（CD）、商品コード（CD）、数量をキー入力する。各商品の品名、単価、金額は商品データベースから自動的に読出されて、かつ計算されて表示される。

【0100】さらに、この注文入力画面60内には、ギフトボックス編集ボタン63が設けられている。係員がマウスでこのギフトボックス編集ボタン63をクリックすると、図36に示すギフトボックス入力画面61を表示出力する。

【0101】このギフトボックス入力画面61においては、複数のギフトボックス商品61aを作成可能である。そして、各ギフトボックス商品61aは例えば最大4個の単品商品を組込むことが可能である。図示するように、各ギフトボックス商品61aは、化粧箱コード、例えば4個の枠の入力欄が形成されている。さらに、ギフトボックス商品61aは、各枠毎に、単品商品コード（CD）、品名、数量、単位、単価、金額の各入力欄が形成されている。係員は、電話やはがきで指示された顧客のギフトボックス商品61aに対する各種の注文情報をキー入力する。

【0102】さらに、図35の注文入力画面60内には、セレクト便ボタン64が設けられている。係員がマウスでこのセレクト便ボタン64をクリックすると、図37に示すセレクト便入力画面62を表示出力する。

【0103】このセレクト便入力画面62においては、各セレクト便商品62a毎に、例えば最大3個のギフト候補商品を表示することが可能である。そして、各セレクト便商品62a毎に、上述した3個のギフト候補商品の商品コード（CD）、贈答先情報、及び贈答先からのギフト候補商品選択の応答情報を書込む領域が形成されている。係員は、電話やはがきで指示された顧客のセレクト便商品62aに対する各種の注文情報及び贈答先からのギフト候補商品選択の応答情報をキー入力する。

【0104】このように、受注処理装置58は、インターネット1以外の電話回線やはがきでもって、各顧客から各商品を受注する。このように、たとえ、インターネット1に接続できる顧客端末4を有していない一般の顧客に対しても、ギフトボックス商品61aやセレクト便商品62aを提供できる。

【0105】また、この受注処理装置58は、受注サーバ2がインターネット1を介して各顧客端末4から受注した受注データを管理する機能を有する。

【0106】また、受注サーバ2内に形成された図1に示すデータベース10及び受注ファイル16を図36に示す受注処理装置58内に形成して、このデータベース10及び受注ファイル16を受注サーバ2と受注処理装置58とで共有することによって、より効率的に顧客管

理、商品管理、及び受注管理を実施できる。

#### 【0107】

【発明の効果】以上説明したように、本発明のインターネット商品受注方法及びインターネット商品受注装置においては、ホームページの仮想画面上に、商品を収納すべき複数の枠が形成された複数の容器を表示して顧客に選択させている。

【0108】したがって、顧客にとって、簡単な操作で、自己の好みの容器にかつ自己の好みの商品を組合せたギフトボックス商品をインターネットを介して商品販売業者のホームページの仮想画面上でオーダーでき、商品販売業者にとっても、簡単な構成で顧客に対するサービスを大幅に向上でき、さらに、売上げ増加が期待できる。

【0109】さらに、各顧客が仮想画面上で作成したギフトボックス商品を他の顧客にも仮想画面上で公開している。したがって、顧客にとって、商品選択の範囲が広がり、より一層使い勝手を向上できる。

【0110】さらに、顧客はホームページで複数のギフト候補商品からなるセレクト便を指定して、ギフト候補商品を贈答先に示し、この贈答先に希望する商品を選択させている。したがって、依頼主である顧客と贈答先との両方に喜ばれる。

#### 【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の第1実施形態のインターネット商品受注方法が適用されるインターネット受注システムに組込まれた受注サーバの概略構成を示すブロック図

【図2】同インターネット受注システムの全体構成を示す模式図

【図3】同受注サーバに組込まれた顧客データベースの記憶内容を示す図

【図4】同受注サーバに組込まれた商品データベースの記憶内容を示す図

【図5】同受注サーバに組込まれた化粧箱データベースの記憶内容を示す図

【図6】同受注サーバに組込まれた公開オリジナル商品ファイルの記憶内容を示す図

【図7】同受注サーバに組込まれた画面メモリの記憶内容を示す図

【図8】同受注サーバの全体動作を示す流れ図

【図9】同受注サーバのホームページに表示されるホームページ受付（ログイン）画面を示す図

【図10】同受注サーバのホームページに表示されるメイン画面を示す図

【図11】同受注サーバのホームページに表示される商品選択方式画面を示す図

【図12】同受注サーバのホームページに表示されるPDFH画面を示す図

【図13】同じく同受注サーバのホームページに表示されるPDFH画面を示す図

【図14】同受注サーバが行う受注処理を示す流れ図  
 【図15】同受注サーバのホームページに表示される商品選択画面を示す図  
 【図16】同受注サーバのホームページに表示される贈答先入力画面を示す図  
 【図17】同じく同受注サーバのホームページに表示される贈答先入力画面を示す図  
 【図18】同受注サーバが行うギフトボックス商品作成処理を示す流れ図  
 【図19】同受注サーバのホームページに表示されるギフトボックス商品作成画面を示す図  
 【図20】同受注サーバのホームページに表示されるギフトボックス商品化粧箱選択画面を示す図  
 【図21】同受注サーバのホームページに表示される化粧箱枠選択画面を示す図  
 【図22】同受注サーバのホームページに表示される商品選択画面を示す図  
 【図23】同じく同受注サーバのホームページに表示される商品選択画面を示す図  
 【図24】同じく同受注サーバのホームページに表示される商品選択画面を示す図  
 【図25】同受注サーバのホームページに表示されるギフトボックス商品登録画面を示す図  
 【図26】同受注サーバが行うオリジナル商品作成処理を示す流れ図  
 【図27】同受注サーバのホームページに表示されるオリジナル商品作成画面を示す図  
 【図28】同受注サーバのホームページに表示されるオリジナル商品登録画面を示す図  
 【図29】同受注サーバが行うセレクト便作成処理を示す流れ図  
 【図30】同受注サーバのホームページに表示されるセレクト便商品入力画面を示す図  
 【図31】同受注サーバのホームページに表示される贈答先入力画面を示す図  
 【図32】同受注サーバから贈答先端末へ送信されるメッセージを示す図  
 【図33】同受注サーバのホームページに表示されるギフト候補商品の選択画面を示す図

【図34】本発明の第2実施形態のインターネット商品受注方法が適用されるインターネット受注システムの全体構成を示す模式図

【図35】同インターネット受注システムに組込まれた操作端末の表示器に表示された注文入力画面を示す図

【図36】同インターネット受注システムに組込まれた操作端末の表示器に表示されたギフトボックス入力画面を示す図

【図37】同インターネット受注システムに組込まれた操作端末の表示器に表示されたセレクト便入力画面を示す図

【符号の説明】

- 1…インターネット
- 2…受注サーバ
- 3…顧客
- 4…顧客端末
- 5…贈答先
- 6…贈答先端末
- 7…運送会社端末
- 8…通信IF
- 10…データベース
- 17…顧客データベース
- 18…商品データベース
- 19…PDFファイル
- 20…化粧箱データベース
- 21…画面メモリ
- 22…公開オリジナル商品ファイル
- 23…商品選択部
- 24…容器表示部
- 25…容器選択部
- 26…ギフトボックス商品作成部
- 27…バスケット作成部
- 28…公開オリジナル商品作成部
- 29…セレクト便作成部
- 30…非公開オリジナル商品
- 31…贈答先リスト
- 57…イベント/バスケット指定メモリ
- 58…受注処理装置
- 59…操作端末

【図5】

化粧箱データベース 20

化粧箱コード			
外形寸法			
枠寸法			
枠寸法			
枠寸法			
平面図形			
斜視図形			

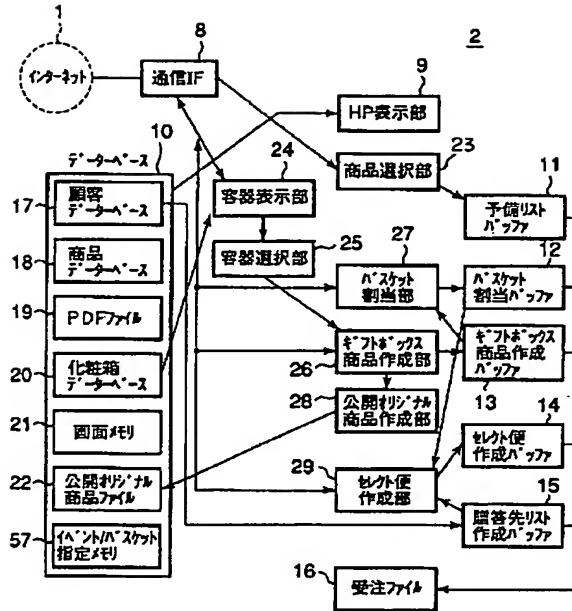
【図9】

**北海道直SHOP**

顧客コード、氏名、を入力して下さい。

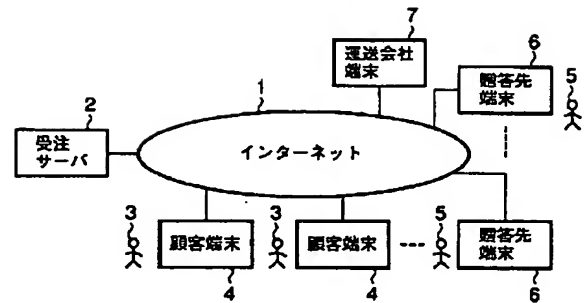
32

【図 1】



【図 3】

【図 2】



【図 4】

顧客データベース 17

顧客コード			
氏名			
住所			
電話番号			
FAX番号			
パスワード			
電子メール			
性別			
...			
30 非公開オリジナル商品			
31 回答先リスト			

商品データベース 18

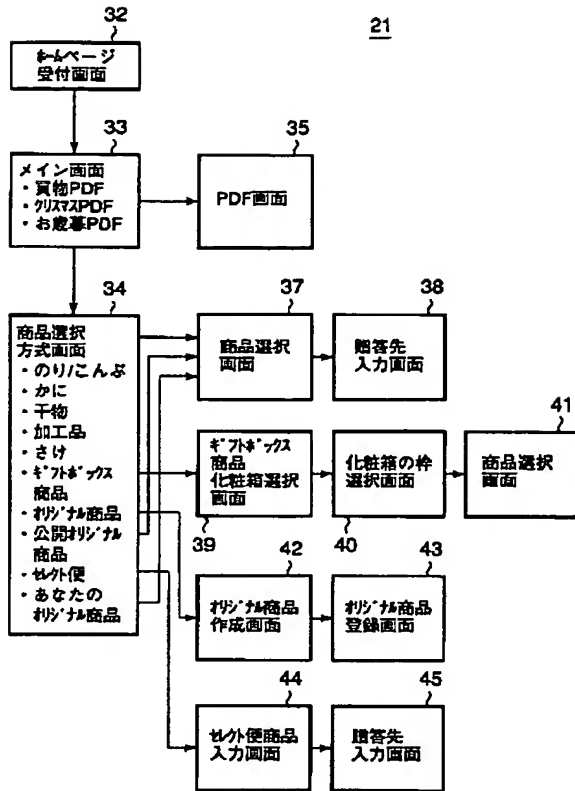
商品コード			
商品名			
価格 (単価)			
種別 (商品群)			
重量/寸法			
画像ファイル No.			
...			

【図 6】

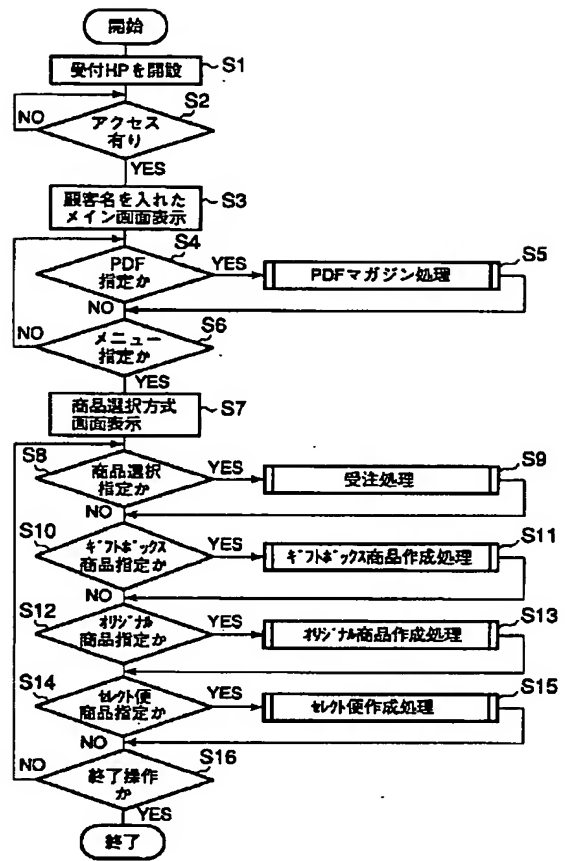
公開オリジナル商品ファイル 22

商品名		
全体価格		
化粧箱コード		
構成商品名価格		
構成商品名価格		
構成商品名価格		
キャッチコピー		
商品説明		
音声メモリ		
画像メモリ		
採用回数		
顧客ID		

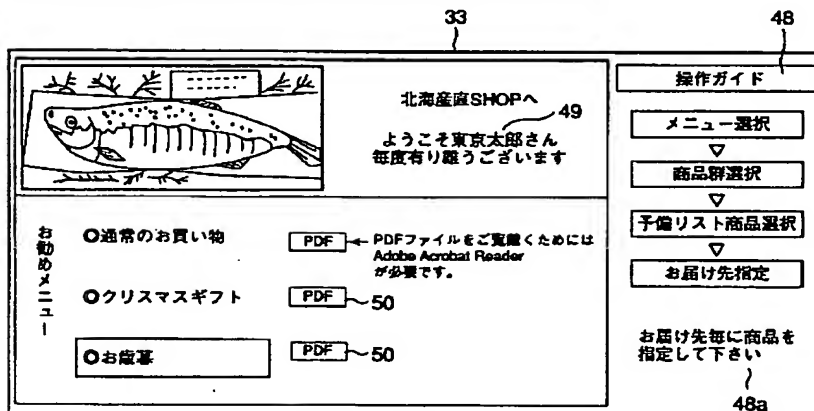
【図 7】



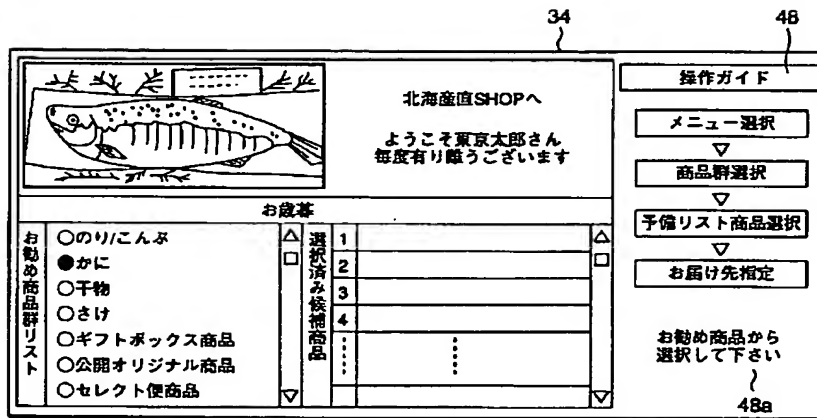
【図 8】



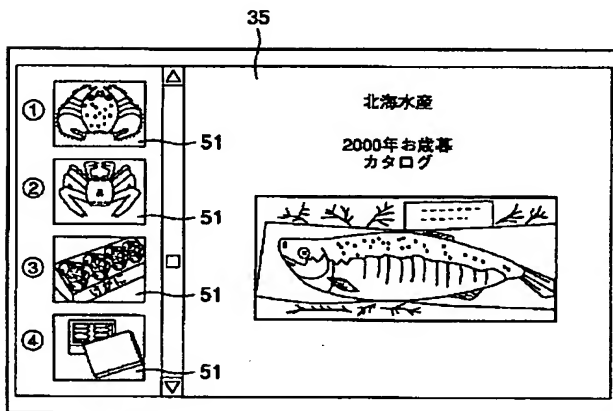
【図 10】



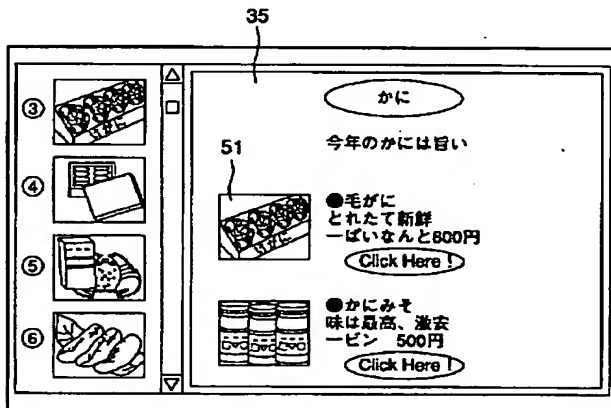
【図11】



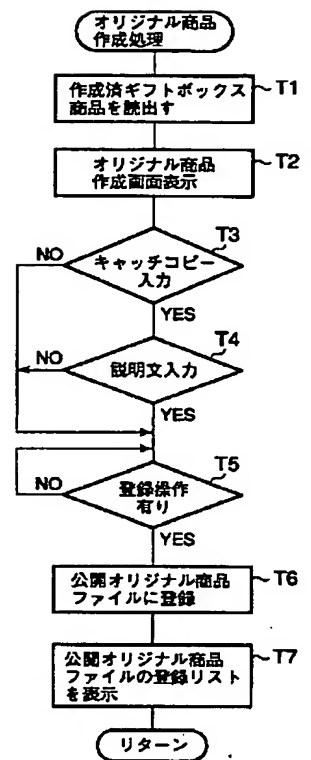
【図12】



【図13】



【図26】

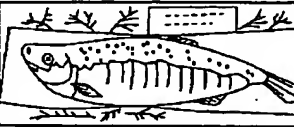






【図16】

38



北海道直SHOPへ  
ようこそ東京太郎さん  
毎度有り難うございます

お慶喜

お届先リスト	1	東京花子	△ □ ▽	東京次郎さんの情報 〒105-0005 東京都…… TEL…… FAX…… e.mail……	商品A
	2	東京次郎			商品B

[設定] [変更] [削除] [完了]

48

操作ガイド

メニュー選択  
▽

商品群選択  
▽

予備リスト商品選択  
▽

お届け先指定

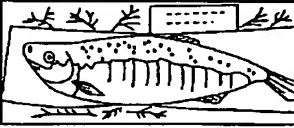
お届け先毎に商品  
指定して下さい

48a

31

【図17】

38



北海道直SHOPへ  
ようこそ東京太郎さん  
毎度有り難うございます

通常のお買物

バスケットの内容	単品商品A	1	△ □ ▽	東京花子 東京都… 東京花子 東京都…   
	単品商品B	2		
	東京太郎さんのギフト	未		
	東京太郎さんのオリジナル	未		

48

操作ガイド

メニュー選択  
▽

商品群選択  
▽

ギフト相当商品選択  
▽

お届け先指定

お届け先を  
入力して下さい

48a

【図19】

48

ギフトボックス商品  
作成/確認

東京太郎さんの現在の  
作成済みギフトボックス商品は  
(ありません)

[作成する]

操作ガイド

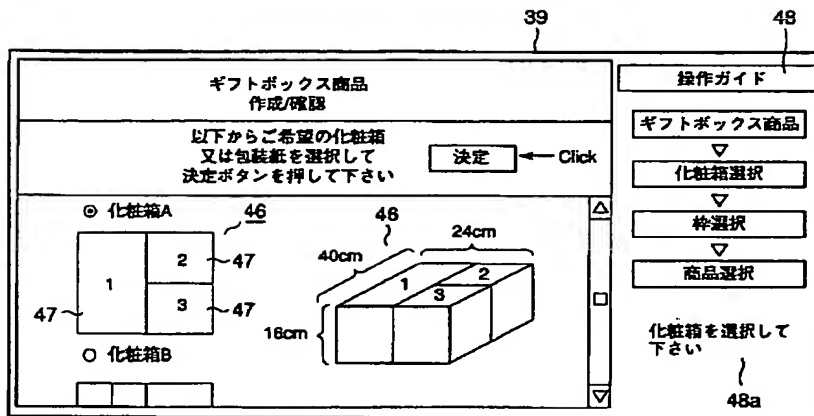
ギフトボックス商品  
▽

化粧箱選択  
▽

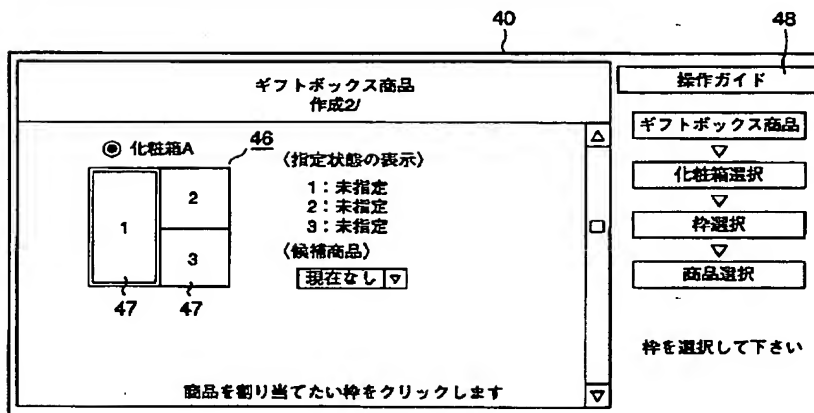
枠選択  
▽

商品選択

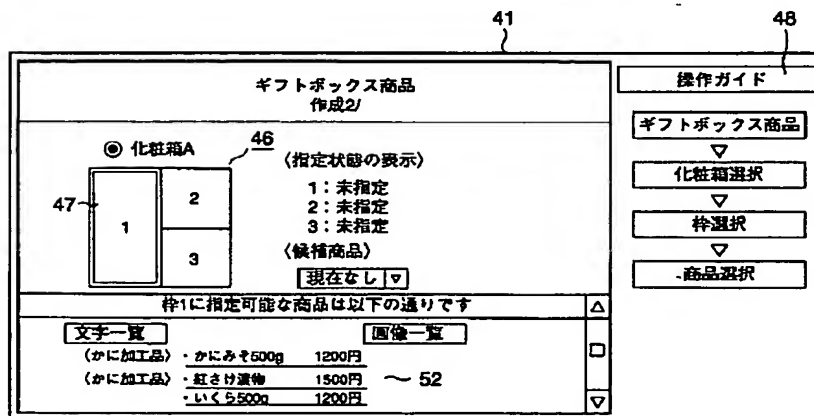
【図20】



【図21】



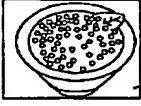
【図22】



【図23】

41
48

ギフトボックス商品  
作成2/



〈製法特許出願中！〉

●いくら

●いくら  
商品 #30312099  
税別 1200円

音声

枠へ割当てる

候補へ追加する

操作ガイド

ギフトボックス商品

▽

化粧箱選択

▽

枠選択

▽

商品選択

【図24】

41
48

ギフトボックス商品  
作成2/

◎ 化粧箱A

46

〈指定状態の表示〉

1: いくら 500g

2: 未指定

3: 未指定

〈候補商品〉

現在なし

いくらが枠1に登録されました

△

文字一覧

画像付一覧 ← Click

〈かに加工品〉	・かにみそ500g	1200円
〈かに加工品〉	・紅さけ漬物	1500円
	・いくら500g	1200円 ← Click

操作ガイド

ギフトボックス商品

▽

化粧箱選択

▽

枠選択

▽

商品選択

52

【図25】

41
48

ギフトボックス商品  
作成3/

◎ 化粧箱A

〈指定状態の表示〉

1: いくら 500g

2: たらこ 300g

3: ボタンえび 400g

〈候補商品〉

現在なし

合計金額: 5500円

53

音声

商品名

東京太郎さんのセレクトA

登録する

前へ戻る

オリジナル商品  
追加ボタン

操作ガイド

ギフトボックス商品

▽

化粧箱選択

▽

枠選択

▽

商品選択

【図27】

オリジナル商品  
作成画面

合計金額: 5500円

商品名:

☒ 他の会員にも表示する

●商品のキャッチコピー:

●商品の説明文:

●作成者情報:

☐ 非公開:

☐ 公開:

◎ハンドル名:

【図28】

オリジナル商品  
作成画面

東京太郎さんのオリジナル商品一覧

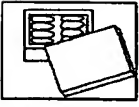
商品名	価格	公開	販売数	削除
東京太郎スペシャル セレクトA	5000円	公開	200	<input type="button" value="△"/>
東京太郎スペシャル セレクトB	7000円	公開	100	<input type="button" value="△"/>
東京太郎スペシャル セレクトC	12000円	公開	0	<input type="button" value="△"/>
東京太郎スペシャル セレクトD	8000円	公開	20	<input type="button" value="△"/>

お登録したオリジナル商品の内容変更はできません  
(公開と非公開があるためです)  
一度削除した上で、サード新規作成下さいようお願い致します。

【図30】

北海道産SHOPの  
お歳暮2000

セレクト便  
商品一覧



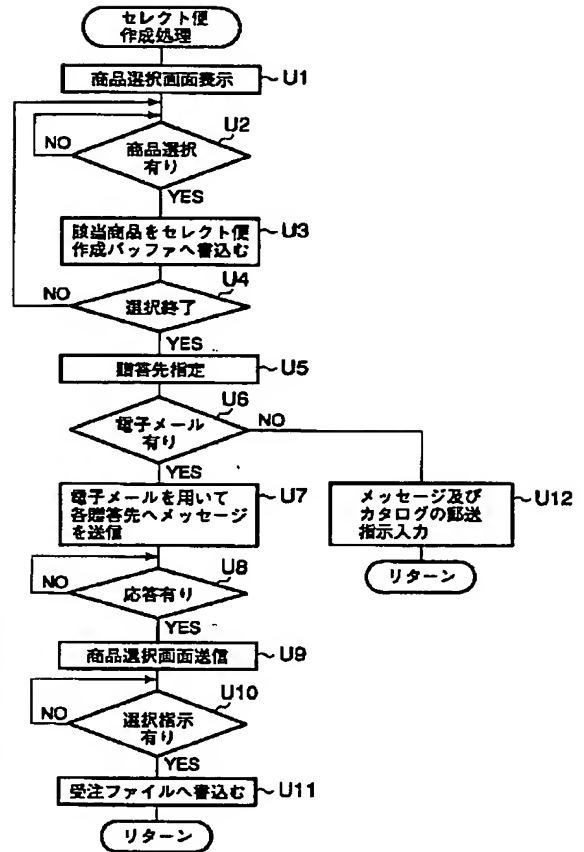
海の珍味を集めた  
セレクト商品です

- ・なまこ 10本
- ・あめふらし 3匹
- ・いそぎんちゃくの佃煮(ピン) 2本

・海の幸Bコース  
3000円

数量

【図29】



【図32】

新しいメッセージ

送信者 北海道産SHOP

日時 2000年12月01日 21:43

宛先 a-san@tokyo.co.jp

件名 あなた様への贈り物

東京太郎様(taro.tokyo@tokyo.co.jp)より  
お歳暮商品が贈られました。  
この商品はカタログの中からあなたが  
好きな商品を選ぶ「セレクト便」です。  
ここ(www.hokkaido.co.jp/shop/vv)へアクセスし  
ご希望の商品をお選び下さい。

【図31】

北海道直SHOPの  
お慶喜2000

贈答先ごとに  
商品を選択

◎ Aさん  
○ Bさん  
○ Cさん  
○ Dさん

Aさん  
東京都中野区3-22  
042-340-8818  
E-mail: a-san@toshiba.co.jp

(候補商品名) 54

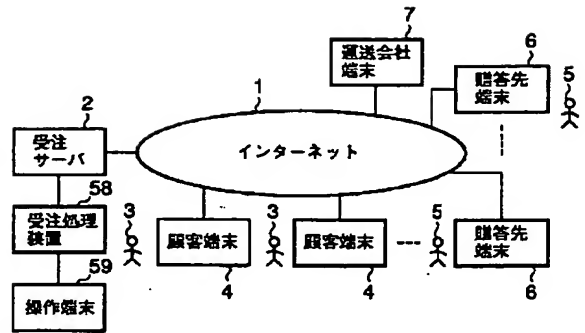
海の幸Aコース  
海の幸Bコース

決定

商品番号	商品名	価格

31

【図34】



【図33】

北海道直SHOPの  
お慶喜2000

セレクト便へ  
ようこそ

Aさんアクセス有り難うございます  
あなた様には東京太郎様  
(tarou.tokyo@tokyo.co.jp)より  
次のセレクト商品が贈られています。  
以下の中から1つお選び頂き  
最後に決定ボタンを押して下さい。

海の幸コースB  
海の珍味を煮めた  
海の珍味を煮めた  
セレクト商品です

・なまこ 10本  
・あめふらし 3匹  
・いそぎんちゃく の佃煮 2本

54a 54a 54a

決定

◎ ご依頼主様へ商品選択内容を通知可  
○ ご依頼主様へ商品選択内容を通知不可

56

【図35】

注文入力画面

受注No. 問い合わせNo.

依頼主情報領域

贈答先情報領域

注文商品 セレクト便 ギフトボックス編集

カタログCD	商品CD	品名	原価	数量	単価	金額	Δ
1							
2							
3							
4							
5							
6							

合計表示領域

60



【図 3 6】

ギフトボックス入力画面

61

	化粧箱	件	商品CD	品名	数量	単位	単価	金額	△
61a 1		1							<input type="checkbox"/>
		2							
		3							
		4							
61a 2		1							
		2							
		3							
		4							
61a 3		1							
		2							
		3							
		4							
61a 4		1							<input type="checkbox"/>
		2							
		3							
		4							

OK      キャンセル

【図 3 7】

セレクト便入力画面

62

62a

セレクト便 商品名	商品CD	商品CD	商品CD	贈答先情報	応答情報

フロントページの続き

(72)発明者 門脇 保  
東京都府中市東芝町1番地 株式会社東芝  
府中事業所内  
(72)発明者 山内 紀久雄  
神奈川県川崎市幸区堀川町66番2 東芝エ  
ンジニアリング株式会社内

(72)発明者 芳澤 一郎  
東京都港区芝浦一丁目1番1号 東芝ビル  
ディング 東芝システム開発株式会社内  
(72)発明者 豊田 英司  
東京都港区芝浦一丁目1番1号 東芝ビル  
ディング 東芝システム開発株式会社内  
Fターム(参考) 5B049 AA01 AA02 BB11 CC05 CC10  
DD01 EE00 EE07 FF03 GG02  
GG04 GG07